

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI *PUBLIC SPEAKING* DAN FOTO PRODUK UNTUK MENDUKUNG EKONOMI KELUARGA DI KECAMATAN PURWOKERTO UTARA

Empowerment of Women Through Public Speaking and Product Photography for Home Economics In Purwokerto Utara District

Itsna Hidayatul Khusna^{1*}, Dian Bestari Santi Rahayu¹, Edi Santoso¹, Tri Nugroho Adi¹,
Titis Perdani²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Jenderal Soedirman, ²Program Studi Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman

Jl. Profesor DR. HR Boenyamin No.708, Dukuhbandong, Grendeng, Kec. Purwokerto Utara,
Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53122

*Alamat Korespondensi: itsnahidayatul@unsoed.ac.id

(Tanggal Submission: 18 September 2024, Tanggal Accepted : 24 November 2024)



Kata Kunci :

*Pemberdayaan,
Public speaking,
Foto Produk,
Ekonomi
Keluarga*

Abstrak :

Kondisi pandemi Covid-19 menjadi tantangan bagi ekonomi keluarga tak terkecuali di Kecamatan Purwokerto Utara. Masalah dihadapi oleh ibu-ibu penggerak UMKM yang harus berhadapan dengan pergeseran perilaku konsumen ke media digital dan e-commerce. Persoalan yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya kemampuan *public speaking* dan foto produk di media digital. Melihat situasi tersebut tim pengabdian memberikan solusi yaitu pelatihan *public speaking* dan foto produk. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan *public speaking* dan foto produk untuk tujuan promosi di media digital. Metode yang digunakan dalam kegiatan yaitu sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi. Hasil yang didapat adalah adanya peningkatan kemampuan merencanakan kegiatan *public speaking*, serta dihasilkannya foto produk dari produk yang dibuat oleh mitra.

Key word :

*Empowerment,
Public speaking,
Product
Photography,
Home Economics*

Abstract :

The Covid-19 pandemic has become a challenge for the family economy, including in North Purwokerto District. The problems faced by mothers who drive MSMEs must be faced with changes in consumer behavior to digital media and e-commerce. The problems faced by partners are the lack of public speaking skills and product photography on digital media. Seeing this situation, the community service team provided a solution, that is public speaking and product photography training. This activity aims to improve knowledge and public speaking skills and product photography for promotional purposes on



digital media. The methods used in the activity are socialization, training, mentoring, monitoring and evaluation. The results obtained are an increase in the ability to plan public speaking activities, as well as the production of product photos from products made by partners.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Khusna, I. H., Rahayu, D. B. S., Santoso, E., Adi, T. N., & Perdani, T. (2024). Pemberdayaan Perempuan Melalui Public Speaking Dan Foto Produk Untuk Mendukung Ekonomi Keluarga di Kecamatan Purwokerto Utara. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 2304-2313. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1981>

PENDAHULUAN

Pasca pandemi Covid-19 masih dirasakan pada sektor ekonomi, tercatat data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada saat pandemi ada lebih dari 3 juta kepala keluarga kehilangan pekerjaan (dpr.go.id). Angka kemiskinan bertambah menjadi 9,7 juta, menyebabkan perekonomian Indonesia pada tahun 2020 mengalami deflasi. Pemerintah Indonesia mengeluarkan berbagai kebijakan guna mengurangi rantai penyebaran pandemi Covid-19 namun kebijakan ini menyebabkan berkurangnya jumlah konsumsi Rumah Tangga (RT) dan konsumsi Lembaga Non Profit yang melayani Rumah Tangga (LNPR) padahal kedua konsumsi ini sangat memberi pengaruh atas kontraksi pada Produk Domestik Bruto (PDB). Konsumsi di Indonesia tidak terkendali dan menyebabkan perekonomian pada konsumsi Rumah Tangga (RT) mengalami penurunan dari 5,04% menjadi -2,63% dan konsumsi Lembaga Non Profit yang melayani Rumah Tangga (LNPR) mengalami penurunan dari 10,62% menjadi -4,29% (Pratiwi, 2022).

Pandemi Covid-19 selain berpengaruh pada perekonomian masyarakat, juga mengubah cara berbelanja kita. Aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dikeluarkan oleh pemerintah pada saat itu membuat masyarakat akhirnya bergeser memanfaatkan media internet untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Banyak pelaku usaha yang mulai bermigrasi menggunakan internet sebagai sarana mereka untuk berinteraksi dan melakukan kegiatan pemasaran produk. Survei yang dilakukan oleh Alva Research Center pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara ke-6 terbanyak dalam melakukan kegiatan belanja online (Utamanyu & Darmastuti, 2022).

Kondisi pandemi Covid-19 menjadi tantangan bagi ekonomi keluarga. Pendukung sektor perekonomian keluarga salah satunya terletak pada ibu rumah tangga. Tidak sedikit ibu rumah tangga yang ikut berperan aktif dalam menopang ekonomi keluarga salah satu jalannya adalah menjadi pelaku UMKM. Di Kecamatan Purwokerto Utara komunitas UMKM yang dipelopori oleh kaum ibu diakomodir dalam kegiatan PKK di masing-masing kelurahan. Berbagai kegiatan diupayakan oleh kelompok PKK di kecamatan ini untuk menggerakkan anggota komunitas yang seluruhnya adalah ibu rumah tangga. Salah satunya adalah kerja sama dengan perguruan tinggi untuk membantu mengentaskan persoalan mereka yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19.

Dampak pandemi dirasakan oleh UMKM yang dimotori oleh ibu-ibu PKK di Kecamatan Purwokerto Utara. Permasalahan yang mereka hadapi adalah menurunnya penjualan akibat daya beli masyarakat yang rendah dan pergeseran aktivitas belanja masyarakat dari konvensional ke berbelanja online melalui e-commerce. Uraian permasalahan yang dialami oleh mitra yaitu pertama, kurangnya kemampuan dalam mempersuasi pembeli; kedua, kurangnya kemampuan mempromosikan produk secara online, dan ketiga, kurangnya kemampuan menggunakan media sosial dalam kegiatan pemasaran produk. Pada sumber literatur dari Rismawati, (2009) disebutkan penyebab sulit berkembangnya UMKM yaitu karena para pengusaha kurang mampu memanfaatkan dan memperluas peluang serta akses pasar, lemahnya struktur permodalan dan keterbatasan akses terhadap sumber permodalan, adanya keterbatasan dalam penguasaan dan akses pada teknologi informasi, lemahnya bidang organisasi dan manajemen, sarana dan prasarana yang kurang memadai (Prihandini *et al.*, 2022).

Melihat permasalahan yang dialami oleh kelompok UMKM PKK Kecamatan Purwokerto Utara tersebut, tim pengabdian mengusulkan solusi permasalahan dengan memberikan edukasi dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan *public speaking* dan foto produk guna meningkatkan kemampuan promosi penjualan produk rumah tangga melalui media internet. Latar belakang pemberian solusi berdasarkan dari keahlian yang dimiliki tim pengabdian yang berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi dan pengalaman tim pengabdian pada berbagai kegiatan pelatihan *public speaking* dan literasi digital.

Public speaking adalah kemampuan berbicara/presentasi di depan banyak orang, menyampaikan pesan yang dapat dimengerti dan dipercaya oleh publik pendengarnya. *Public speaking* adalah komunikasi lisan berupa pidato, ceramah, presentasi, dan jenis berbicara di depan umum atau orang banyak lainnya (Zainal, 2022). *Public speaking* penting bagi bisnis yaitu berguna untuk menjalin relasi yang baik dengan pelaku usaha lain dan konsumen, serta berguna dalam membangun kerja sama antarkelompok. Kemampuan ini perlu dimiliki oleh para pelaku UMKM karena menunjukkan kemampuan berbicara di depan umum dapat membangun kepercayaan dari calon pelanggan dan mitra, serta membantu memperkenalkan produk atau layanan ke audiens yang lebih luas.

Fotografi produk adalah suatu cara bagaimana kita mengambil gambar dari suatu produk. Foto produk penting bagi bisnis terutama untuk konten dalam strategi pemasaran digital (Nugraha *et al.*, 2023). Foto produk merupakan sub-bidang foto still life. Foto still life adalah foto mengenai benda mati, misalnya patung, makanan, minuman, sayuran, mainan, aneka benda-benda kecil dari hiasan sampai produk-produk (Tahalea, 2016). Foto-foto yang menarik serta sesuai dengan karakteristik produk dan konsumen, dapat menarik konsumen maupun calon konsumen yang ingin dituju oleh pelaku usaha (Ananda *et al.*, 2023). Pada era media sosial dan e-commerce saat ini, keahlian fotografi produk sangat penting bagi pelaku bisnis. Menurut Saifulloh, (2021) foto produk dapat meningkatkan online customer review dan online customer rating, yang kemudian berpengaruh terhadap minat beli konsumen di e-commerce (Susanti *et al.*, 2024).

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan agar mitra mampu memiliki pengetahuan dan keterampilan *public speaking* untuk bisnis, mampu memiliki pengetahuan dan keterampilan foto produk, serta mampu mengelola media sosial untuk kegiatan komunikasi pemasaran. Harapan dari tim pengabdian atas hasil yang dicapai oleh mitra yaitu dapat meningkatkan promosi produk dan pemasaran melalui media internet.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian berlangsung di Kecamatan Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas. Kecamatan ini memiliki 7 kelurahan yang terdiri dari Kelurahan Bobosan, Kelurahan Purwanegara, Kelurahan Bancarkembar, Kelurahan Sumampir, Kelurahan Pabuwaran, Kelurahan Grendeng, dan Kelurahan Karangwangkal. Dari 7 kelurahan masing-masing kelurahan mengirimkan 4 orang ibu-ibu rumah tangga pelaku UMKM dan 2 orang pengurus PKK, ditambahkan dengan 3 orang perwakilan dari Kecamatan sehingga jumlah peserta kegiatan adalah 45 orang. Kegiatan ini menasar ibu rumah tangga yang berperan serta dalam perekonomian keluarga dengan menjadi pelaku UMKM.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah skema Penerapan IPTEKS berlangsung selama 6 bulan yaitu dari bulan Mei – Oktober 2024. Penerapan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni (IPTEKS) merupakan salah satu program Pengabdian Kepada Masyarakat yang dikembangkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED), Purwokerto. Program penerapan IPTEKS ini difokuskan pada penerapan teknologi hasil penelitian yang sudah terbukti manfaatnya (*provent technology-level 4* tingkat kesiapan Teknologi) baik hasil penelitian pengusul maupun pihak lain, yang dapat dikembangkan menjadi Teknologi Tepat Guna (TTG).

Metode yang digunakan dalam kegiatan adalah sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi merupakan suatu proses internalisasi konsep, nilai-nilai, ide atau gagasan kepada orang lain dalam suatu kelompok atau institusi sosial sehingga menumbuhkan partisipasi (keikutsertaan) di dalam kelompok atau institusi sosial tersebut (Elyas *et al.*, 2020). Pelatihan merupakan serangkaian aktivitas yang dirancang

untuk meningkatkan keahlian, pengetahuan, pengalaman, ataupun perubahan sikap individu (Santoso, 2010).

Alternatif pemecahan masalah pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan adalah dengan mengikuti langkah-langkah yang tergambar berikut:



Gambar 1. Community Development Practice, Vincent II, J. W

1. Membentuk tim dan melakukan identifikasi permasalahan, tim melakukan koordinasi dalam menentukan materi pelatihan. Pada tahap ini, ditentukan materi pelatihan yang diberikan yaitu pelatihan dan praktikum teknik public speaking, serta pelatihan dan praktikum teknik dan editing dasar foto produk.
2. Menyiapkan alat yang diperlukan untuk kegiatan yaitu modul pelatihan dan mini photo booth produk.
3. Pelaksanaan kegiatan yang dibagi dalam empat sesi pelatihan, terdiri dari dua kali pelatihan *public speaking* dan dua kali pelatihan foto produk. Materi yang akan disampaikan dalam kegiatan pelatihan *public speaking* adalah konsep dan definisi, perencanaan, teknik penulisan, serta tips *public speaking*. Materi yang akan disampaikan dalam pelatihan foto produk adalah teknik foto produk menggunakan *smartphone* dan alat-alat sederhana, serta tips pembuatan konten foto produk di media sosial. Selanjutnya dalam kegiatan ini peserta wajib melakukan praktikum *public speaking* dan foto produk yang terdiri dari pembuatan perencanaan promosi dan pembuatan visual kampanye produk.
4. Pendampingan dan monitoring. Pada tahap ini peserta akan dilihat kemampuannya dalam menerapkan materi yang diberikan saat pelatihan saat kegiatan praktikum. Tim pengabdian melakukan wawancara dan observasi kepada para peserta. Pada proses ini, tim pengabdian melibatkan mahasiswa untuk melakukan pendampingan kepada mitra.
5. Tahap terakhir, yaitu evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan melakukan observasi kepada peserta pelatihan dan memberikan pertanyaan terkait pemahaman materi dan kemampuan keterampilan yang dikuasai. Berikut ini indikator yang digunakan dalam evaluasi:
 - a. Kemampuan memahami definisi *public speaking*
 - b. Kemampuan memahami teknik public speaking.
 - c. Kemampuan merencanakan kegiatan *public speaking*.
 - d. Kemampuan melakukan praktik *public speaking*.
 - e. Kemampuan memahami foto produk.
 - f. Kemampuan memahami teknik dasar foto produk.
 - g. Kemampuan membuat visual kampanye produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

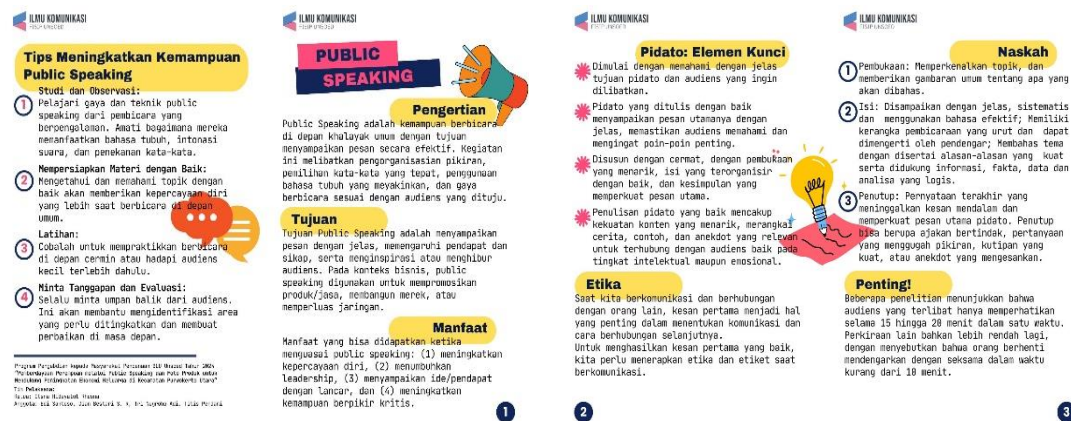
Identitas Mitra

Tim penggerak PKK Kecamatan Purwokerto Utara memiliki program salah satunya adalah edukasi dan pemberdayaan bagi kelompok usaha yang dijalankan oleh ibu-ibu di 7 kelurahan yang ada di dalam kecamatan tersebut. PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) merupakan organisasi kemasyarakatan yang memberdayakan perempuan untuk berpartisipasi dalam pembangunan kesejahteraan desa (Dewi *et al.*, 2023). PKK di wilayah Kecamatan Purwokerto Utara termasuk kelompok yang aktif dan rutin melakukan kegiatan pemberdayaan.

Kerja sama yang terjalin antara tim pengabdian dan PKK Kecamatan Purwokerto Utara diinisiasi oleh tim penggerak yang menginginkan diadakannya pelatihan terutama untuk anggota kelompok yang memiliki usaha kecil. Selanjutnya, tim pengabdian dan mitra melakukan *brainstorming* terkait kendala yang dihadapi. Kegiatan tersebut berhasil mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dan sekaligus mencari solusi yang bisa diterapkan untuk mitra.

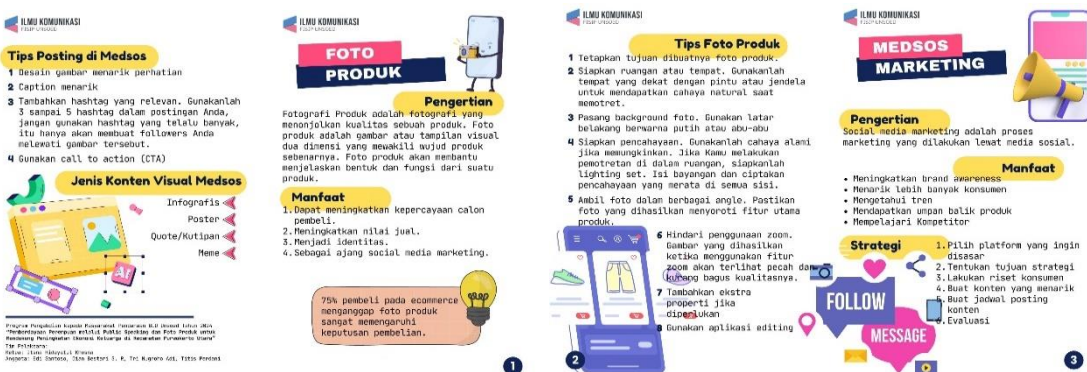
Persiapan Materi dan Alat

Materi disiapkan dalam bentuk modul pelatihan. Materi pelatihan *public speaking* terdiri dari: (1) pengertian; (2) tujuan; (3) manfaat; (4) naskah *public speaking*; (5) etika *public speaking*; (6) elemen kunci *public speaking*; dan (7) tips meningkatkan kemampuan *public speaking*. Materi-materi tersebut dijadikan sebagai materi yang dibuat sebagai modul pelatihan, berikut ini adalah modul yang diberikan kepada peserta kegiatan pengabdian:



Gambar 2. Modul Pelatihan Public Speaking

Materi pelatihan foto produk terdiri dari: (1) pengertian; (2) manfaat; (3) tips foto produk; (4) marketing melalui media sosial; (5) tips posting foto produk di media sosial; dan (6) jenis konten visual. Khusus pada pelatihan ini, alat yang digunakan adalah mini *photobooth product*. Berikut ini modul yang diberikan kepada para peserta:



Gambar 3. Materi Pelatihan Foto Produk

Alat yang digunakan dalam kegiatan ini adalah LCD, *Microphone*, *Smartphone*, dan *portable product photo booth*. *Photo booth* untuk produk adalah peralatan yang digunakan untuk mengambil foto produk secara khusus. Berikut ini adalah alat yang digunakan dalam pelatihan foto produk:



Gambar 4. Mini Portable Photo Booth Product

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian terdiri dari sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi diberikan sebelum memulai kegiatan untuk koordinasi dan memberikan pemahaman tentang fokus kegiatan yang diselenggarakan oleh tim pelaksana dengan mitra. Kemudian tim pelaksana bersama mitra menentukan waktu penyelenggaraan pelatihan. Pelatihan yang dilakukan adalah pelatihan keterampilan (*skill based training*) yaitu sebuah pelatihan mengenai pengenalan atau pendalaman keterampilan seseorang, kelompok, organisasi, atau lembaga baik secara teknis (*hard skill*) maupun bersifat nonteknis yang lebih bersifat pada pengembangan pribadi (*soft skill*).

1. Pelatihan *Public Speaking*

Pelatihan *public speaking* diselenggarakan sebanyak dua kali kegiatan yaitu pada tanggal 4 Juni 2024 dan 11 Juni 2024. Pelatihan dihadiri masing-masing oleh 45 peserta pelatihan di Aula Balai Kelurahan Purwanegara. Di bawah ini adalah dokumentasi kegiatan yang dilakukan tim pengabdian bersama mitra saat penyampaian materi *public speaking*:



Gambar 5. Pelatihan *Public Speaking* bersama Ibu-Ibu PKK Kecamatan Purwokerto Utara Tanggal 4 Juni 2024

Pada kegiatan ini, pelatihan yang diberikan terdiri dari: (1) mengenali audiens, (2) menyusun materi, (3) membuat kalimat pembuka yang menarik, (4) interaksi dengan audiens, (5) manajemen waktu, (6) mengatasi kegugupan, dan (7) membuat penutup yang baik (Firosya, 2023). Selain ceramah mengenai materi yang dilakukan oleh tim pelaksana, dalam kegiatan juga dilakukan praktik. Hal ini

bertujuan agar pelatihan yang didapatkan langsung bisa dipraktikkan. Gambar di bawah adalah kegiatan praktikum yang dilakukan oleh peserta dengan didampingi oleh tim pengabdian:



Gambar 6. Praktikum Public Speaking

Foto bersama tim pengabdian dengan peserta setelah pelatihan public speaking yaitu seperti yang terlihat pada Gambar 7 di bawah:



Gambar 7. Pelatihan Public Speaking bersama Ibu-ibu PKK Kecamatan Purwokerto Utara Tanggal 11 Juni 2024

2. Pelatihan Foto Produk

Pelatihan foto produk dilakukan pada tanggal 3 Juli 2024 dan 30 Juli 2024. Kegiatan dilangsungkan di Smartclassroom Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed. Pada kesempatan ini, peserta diwajibkan membawa sampel produk UMKM yang dibuat. Ini adalah sampel produk para peserta yang merupakan ibu-ibu rumah tangga pelaku UMKM di Kecamatan Purwokerto Utara:



Gambar 6. Sampel Produk UMKM Ibu-Ibu PKK Kecamatan Purwanegara

Kegiatan pelatihan dibagi dalam dua sesi, sesi yang pertama penjelasan materi, dilanjutkan sesi kedua yaitu praktikum. Alat yang digunakan dalam pelatihan ini adalah *smartphone* dan mini *photo booth product*. Di bawah ini adalah situasi kegiatan pelatihan foto produk yang dilakukan oleh tim pengabdian:



Gambar 7. Penjelasan Materi Foto Produk oleh Tim Pengabdian

Kegiatan praktikum diisi dengan menjelaskan cara penggunaan *photobooth product* dan penggunaan setting *smartphone* untuk foto dalam jarak dekat. Tim pengabdian memberikan teknik foto produk menggunakan *smartphone*, berikut ini adalah kegiatan yang dilakukan:



Gambar 8. Penjelasan Teknik Dasar Foto Produk menggunakan Smartphone

Pada kesempatan pelatihan, peserta diberikan waktu untuk praktik langsung dengan menggunakan *smartphone* masing-masing. Teknik yang digunakan adalah dengan mengatur pencahayaan yang dilakukan dengan menyalakan lampu pada photo booth, untuk mendapat pencahayaan yang diinginkan bisa ditambahkan dengan latar belakang putih atau polos agar fokus tetap pada produk. Alat yang bisa digunakan adalah kertas atau kain putih. Gunakan mode potret pada pengaturan foto *smartphone* agar produk terlihat lebih menonjol. Atur produk dengan baik, gunakan aturan pertiga (*rule of thirds*) untuk membuat komposisi yang menarik. Gunakan aplikasi edit foto untuk menyesuaikan kecerahan, kontras, dan ketajaman. Gambar berikut ini menunjukkan antusiasme para peserta dalam mempraktikkan teknik foto produk menggunakan *smartphone*.



Gambar 9. Praktikum Foto Produk

Pendampingan

Pendampingan dan monitoring dilakukan dengan melibatkan mahasiswa. Tim pengabdian mengajak mahasiswa untuk aktif dalam melakukan kegiatan tridharma. Pada kegiatan ini, mahasiswa ditugaskan untuk memberikan materi dan melakukan pendampingan kepada para peserta. Pendampingan dilakukan dengan mewawancarai peserta dan melakukan observasi saat kegiatan praktikum berlangsung. Berikut ini adalah dokumentasi pendampingan yang dilakukan mahasiswa pada peserta:



Gambar 10. Pendampingan oleh Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed

Monitoring dan Evaluasi

Tim pelaksana juga melakukan monitoring kepada peserta apakah peserta dapat menggunakan alat dengan baik atau tidak. Pada kegiatan ini, tim pelaksana menilai bahwa peserta sudah cukup baik dalam mempraktikkan apa yang telah diberikan, baik dalam kegiatan public speaking maupun foto produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang didapat dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat bersama PKK Kecamatan Purwokerto Utara yang dilakukan dengan wawancara dan observasi adalah bertambahnya kemampuan peserta dalam membuat naskah public speaking dan juga didapati peserta bisa mempraktikkan teknik *public speaking*. Pada pengisian posttest didapat kenaikan kemampuan *public speaking* sebesar 34% dan peningkatan kemampuan foto produk sebesar 47%. Peningkatan kemampuan juga ditunjukkan pada kemampuan peserta mempraktikkan pembuatan perencanaan *public speaking* dan praktik berbicara di depan peserta. Pada pelatihan foto produk, setelah kegiatan peserta mampu mempraktikkan membuat foto produk dari produk UMKM yang dibawa oleh para peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Jenderal Soedirman yang telah memfasilitasi penyelenggaraan kegiatan penelitian dan pengabdian dosen Unsoed. Kegiatan pengabdian ini merupakan kegiatan yang didanai oleh BLU Unsoed dengan nomor kontrak: 26.80/UN23.35.5/PT.01/II/2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98–107.
- Dewi, I. D. A. V. P., Arianty, A. A. A. S., & Antara, I. B. K. S. (2023). Pemberdayaan Kelompok Wanita (PKK) Dalam Pembuatan Inovasi Makanan Berbahan Dasar Komoditi Lokal Masyarakat Desa Kenderan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (SEWAGATI)*, 2(2), 12–23.
- Elyas, A. H., Iskandar, E., & Suardi. (2020). Inovasi Model Sosialisasi Peran Serta Masyarakat Kecamatan Hamparan Perak Dalam Pemilu. *Jurnal Warta*, 14(1), 137–149.
- Firosya, B. H. (2023). *10 Teknik Dasar Dalam Public Speaking Biar Percaya Diri*. Detik Edu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6921689/10-teknik-dasar-dalam-public-speaking-biar-percaya-diri>
- Nugraha, H. R. A., Pamungkas, I. N. A., & Melano, F. L. (2023). Penggunaan Foto Produk Sebagai Konten Pemasaran Digital Pelaku Usaha Mikro Tercabangkan. *E-Proceeding of Management*, 10(6), 4574–4581.
- Pratiwi, Y. R. (2022). Pemulihan Perekonomian Indonesia Setelah Kontraksi Akibat Pandemi COVID-19. *Direktorat Jenderal Kekayaan Negara*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-banjarmasin/baca-artikel/14769/pemulihan-perekonomian-indonesia-setelah-kontraksi-akibat-pandemi-covid-19.html>
- Prihandini, A., Heriyati, N., & Putra, S. D. (2022). Pelatihan Public Speaking Sebagai Salah Satu Metode Penyebaran Informasi Dan Persuasi Bagi UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari (JPMB)*, 1(9), 965–976.
- Santoso, B. (2010). *Skema dan Mekanisme Pelatihan*. Depok: Yayasan Terumbu Karang Indonesia (TERANGI).
- Susanti, E., Firdalius, F., & Agung, M. (2024). Pelatihan Fotografi Produk Guna Meningkatkan Optimalisasi Digital Marketing Produk UMKM. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(1), 411–415.
- Tahalea, S. (2016). Fotografi Produk Sebagai Sarana Promosi Produk Lampu Untuk Perajin Lampu di Nitiprayan Yogyakarta. Seminar Nasional – Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z Dan Generasi Milenial di Jawa Tengah (Studi kasus produk kecantikan di online shop Beauty by ASAME). *Scriptura*, 12(1), 58–71. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71>
- Zainal, A. G. (2022). *Public speaking: Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum* (F. S. Singagerda, Ed.). Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.